

El pollo, caballo de batalla de larga cola

Enrique García Martín

Decir que la industria avícola —en este caso la dedicada a la producción de carne— ha evolucionado enormemente en los últimos 20 años, puede parecer un tópico. Pese a ello, no cabe duda de que ese tópico nos parece ahora dramático si tenemos en cuenta el precio que el avicultor ha pagado hasta ahora por aquella tan revolucionaria y no menos sofisticada evolución.

Todos sabemos los márgenes comerciales con que la fábrica de piensos, la granja de multiplicación y, a veces, el matadero —abocados a la integración de criadores para poder sobrevivir— han venido trabajando en estos últimos tiempos, muchas veces con enormes pérdidas que le han sacudido fuertemente. Aunque no es nuestra intención aquí ponernos en cifras, sí creemos necesario unirnos a ese gran coro de lamentaciones que ha supuesto la industria avícola de carne para recabar una vez más la atención de todos —Administración, productores y consumidores— sobre el gran papel que este sector ha prestado a la economía mundial y el alto grado de servicio que ha depositado ante la masa consumidora, aunque ello haya sucedido de una forma inconsciente. No podemos olvidar que gracias a su esfuerzo y a su sacrificio, el pueblo ha dispuesto hasta el momento de una fuente de proteínas rica y muy económica y que, muy probablemente, esa economía le ha servido para conseguir otras mejoras que la sociedad de consumo le ha ofrecido y que la vida moderna exige.

Las firmas integradoras, arrastrando consigo a las largas colas de criadores, se lanzaron rápidamente a una feroz competencia para defender sus productos originarios —piensos y pollitos, generalmente— sobre-

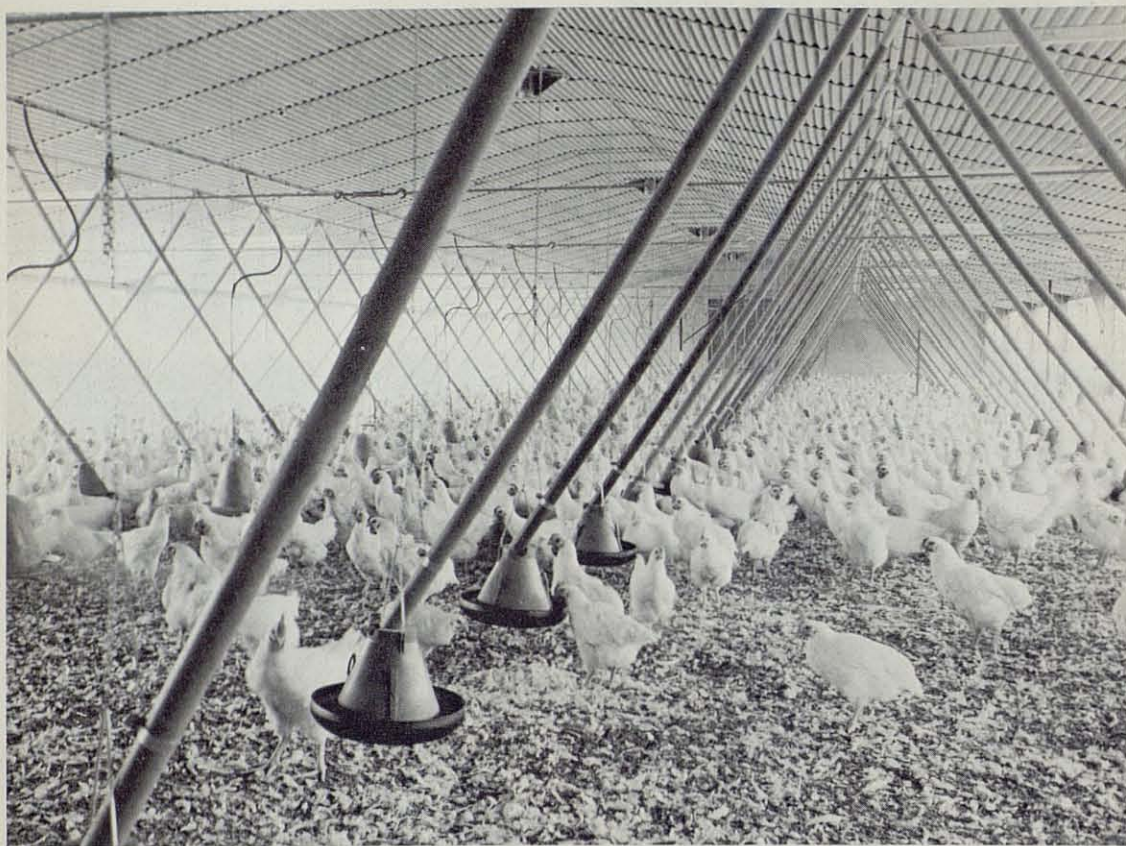
pasando, diríase que inconscientemente, los niveles reales del consumo. Las consecuencias fatales de esta lucha sin cuartel, impuesta por las ansias expansionistas de las empresas avícolas, han caído sobre algunas de ellas, pero, lo que resulta más dramático, también sobre todos los avicultores, los cuales no han podido gozar de los beneficios de una producción ordenadamente creciente.

Mientras tanto, una arcaica política agraria ha contemplado desde las ventanas de los despachos oficiales las duras batallas libradas en el campo avícola español. Sin pestañear.

Y, si el duelo se ha permitido, ¿cabe pensar en que interesaba mantenerlo en beneficio de otros asuntos de estado socialmente más peligrosos?. Al fin y al cabo, el pueblo tendría carne y huevos a muy buen precio...

Ayer y hoy de la producción de pollo

Cuando finalice 1979 los productores españoles de broilers habrán enviado al sacrificio más de 500 millones de cabezas, lo que supondrá haber puesto a disposición de la cesta de la compra unas 710.000 Tm. de carne de pollo, cifra en la que no están incluidas otras carnes aviares —pavos, patos, gallinas, guineas, etc.— que suponen otras 90.000 Tm. Es decir, que desde 1954, en que la producción alcanzó 9.000 Tm., hasta finales de este año, los avicultores habrán multiplicado por 89 esta última cifra. Lo cual significa que el esfuerzo desarrollado por la industria en los últimos 25 años ha sido colosal. El espíritu de superación se ha mantenido constantemente, mientras



Los avicultores españoles producirán en 1979 más de 500 millones de pollos.

los márgenes comerciales han ido disminuyendo paulatinamente hasta índices desastrosos. La ampliación de granjas, la construcción de nuevas plantas de mayor envergadura y la masiva automatización de la producción, junto con la instauración del sistema integracional, han paliado sólo en parte el grave problema de los criadores.

Asimismo, para las empresas integradoras, la aplicación progresiva del sistema ha supuesto su propia supervivencia —aunque algunas hayan caído en la ruina— pues al “ayudar” a los avicultores no han hecho más que asegurarse una producción y venta de piensos, pollitos y productos farmacológicos. Los avances genéticos en las aves y los tecnológicos en la fabricación de piensos es evidente que los ha pagado el avicultor y, en algunos casos, la empresa integradora, pero nunca el consumidor, siempre ajeno a todo lo que en el campo sucede.

Una ojeada a las cotizaciones del pollo vivo desde 1960 hasta la fecha corrobora lo antes afirmado. En efecto, en los casi 20

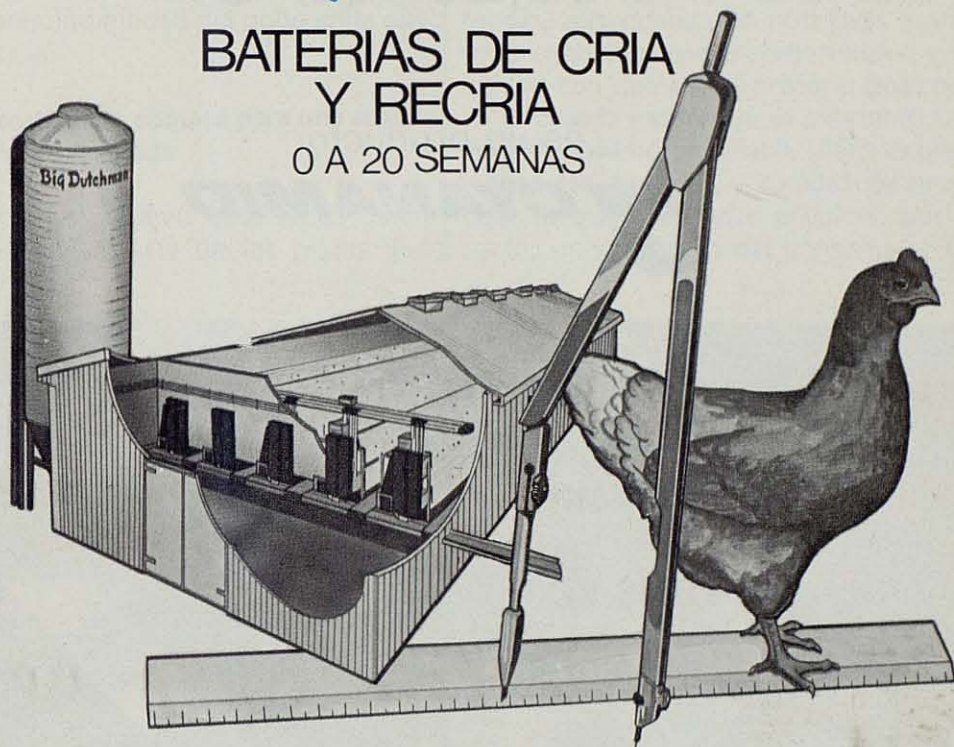
años transcurridos los precios apenas se han movido positivamente en relación con los costes de producción. De las 33-35 ptas/kg. vivo mantenidas desde 1960 hasta 1974, — ¡15 años! — hemos pasado a las 55-60 pesetas, en el período 1975-1978, en cuyo final se aprecia una tendencia hacia el alza que parece afirmarse en los primeros meses de 1979, cuando, gracias a la concienciación de la Administración por el problema del sector carne de nuestra avicultura, se implanta un precio de protección a la producción situado en las 83,— Ptas/kilo. En este momento, los avicultores respiran algo tranquilos esperando poder resarcirse de los malos momentos pasados.

¿Hasta qué punto la producción puede aumentar?. Existen posibilidades todavía amplias sin tener que recurrir a la exportación. Hay regiones y escalas sociales con un bajo consumo de pollo, hecho derivado de su bajo poder adquisitivo. Pero también en zonas de elevado consumo es posible el incremento del mismo. Sólo falta una adecua-

Big Dutchman®

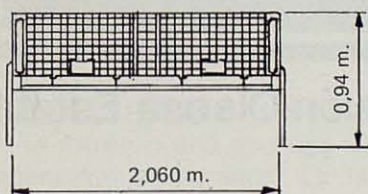
BATERIAS DE CRIA Y RECRÍA

0 A 20 SEMANAS



PROYECTAMOS:

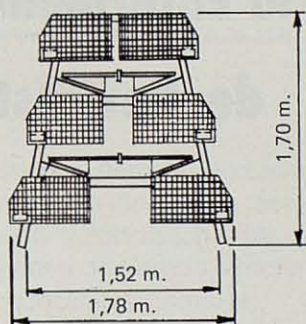
Para facilitarle su elección de una automatización más rentable



FLAT-DECK

Está demostrado que las aves criadas en batería sufren menos enfermedades y los lotes salen más equilibrados, pues su control es más eficaz.

Este sistema totalmente automático permite que las dos fases de cría y recría sean hechas en la misma batería, evitando el trabajo que supone el manejo de las aves.



TRI-DECK

Esta batería, totalmente automática, permite una mayor concentración de aves y debido a su poca anchura pueden colocarse más líneas por nave, manteniendo además una altura mínima para el manejo de las aves en el piso superior.

PARA UNA MAYOR INFORMACION DIRIGIRSE A:

Big Dutchman Ibérica, S.A.

CTRA. DE SALOU, KM. 5 - APARTADO DE CORREOS 374
TEL. (977) 30 59 45 (5 líneas) - TELEX: 56865 BIGDE - REUS (ESPAÑA)

TAVIAR W/O

es un producto



**Vacuna
a virus vivo
inactivado
para la prevención
de la Enfermedad
de Newcastle**



Emulsión Oleosa Estable

CYANAMID IBERICA, S. A.

Apartado de Correos, 471
MADRID

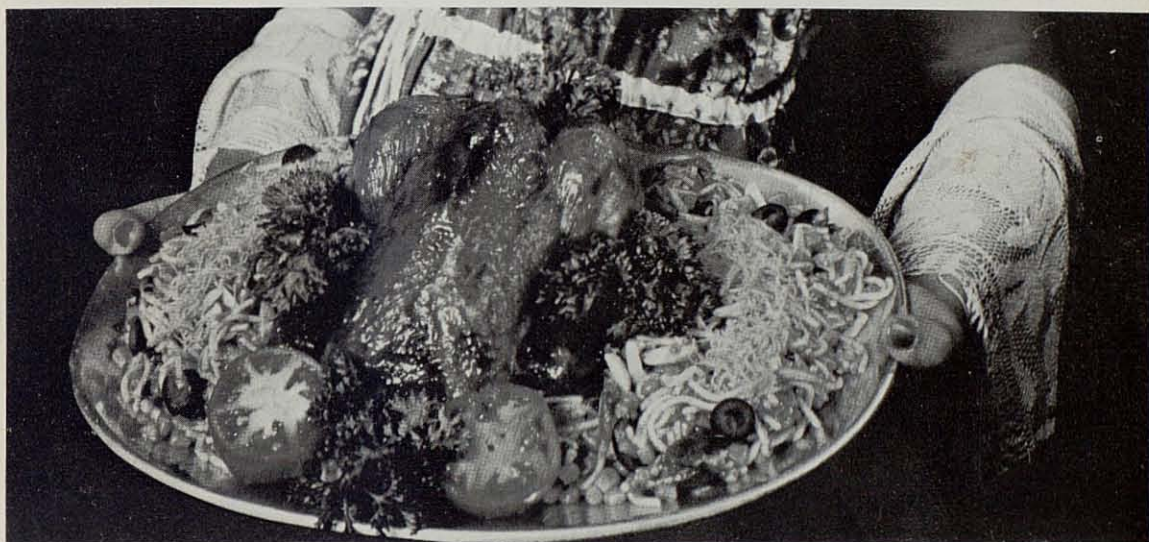
MARCA REGISTRADA DE AMERICAN CYANAMID COMPANY

da política hacia el consumidor, con campañas publicitarias que hagan ver tanto al ama de casa como al estamento institucional la imprescindibilidad del pollo en la dieta alimenticia.

Una rica cesta de la compra para una ama de casa poco preparada

Hoy por hoy, todavía es la mujer quien decide la mayor parte de los platos que

consume la familia española. De la variada gama de productos que componen su cesta, el pollo es uno de los fundamentales. Su precio, sus cualidades nutritivas —no del todo conocidas por el consumidor— y la facilidad con que puede preparar una comida en él basada hacen que se mantenga un nivel de consumo apreciable. Pero es precisamente esa facilidad y rapidez de preparación lo que realmente propicia, por otra parte, un cansancio del consumidor hacia



El pollo puede ser más apetecible si se varía regularmente su preparación culinaria. *

nuestro producto. Muchas comidas se acaban con un muslo o una pechuga de pollo precipitadamente preparados. La falta de una educación culinaria de la mujer con respecto al pollo es un hecho. Sin querer buscar culpables de ello, es evidente que no ha existido en nuestro país un acertado programa —paragubernamental o privado— de orientación en tal sentido, derivándose de ello un casi total desconocimiento, de un mediano recetario para el pollo. Diríase incluso, a juzgar por la actitud de muchas amas de casa, que existe una cierta animadversión hacia aquél. Fruto de ello no puede ser otro que el de la sensación de cansancio que produce el continuado consumo de pollo. Pese a ello, el precio sigue siendo interesante para el presupuesto familiar.

Es cierto también que la mujer se integra cada vez más en el mundo laboral, lo que

supone menos tiempo dedicado a la cocina. Pero todavía la población activa femenina es pequeña y son muchas las amas de casa que disponen de tiempo suficiente para mejorar su educación culinaria.

A la sensación de cansancio que experimenta el consumidor en general, debe agregarse la de insipidez y sequedad con que suele calificar al pollo, amén de la de "fabricación sintética"; calificativos aportados por determinada e inconsciente prensa, ignorante de la evolución de las técnicas avícolas —mejora genética y alimentación— y del esfuerzo de los avicultores. Si a ello añadimos que para ciertos escalafones, el pollo no aporta un "status" social elevado, sino todo lo contrario, y que este condicionamiento psicológico, junto al hecho de que el pollo esté catalogado como *alimento de masas*, hacen que en casi todos los niveles

económicos se le rechace para ocasiones especiales —invitados, cenas familiares, celebraciones, etc.— y sólo se le acepte como una comida selecta si por su preparación especial se sale fuera de lo corriente, deberíamos pensar en lo hipotético de un incremento del consumo. Afortunadamente no parece ser así y las esperanzas actuales se basan en los consumidores de las clases medias y bajas y en el consumo institucional.

Pese a toda esta serie de factores, el pollo está considerado como un *producto alimenticio muy conveniente* en todos los aspectos, dispuesto siempre en casi todos los hogares para hacer frente incluso a situaciones inesperadas, constituyendo un producto cuya aceptación a nivel medio está asegurada, pues a nadie le disgusta tanto como para no comerlo.

El tamaño del pollo y otras cuestiones: un viejo problema

La mujer española, condicionada durante muchos años a determinados hábitos en la compra del pollo, está contribuyendo en cierta medida a cambiar la imagen del producto, aunque el proceso es lento. Durante muchos años, la clásica *pollería* ha tenido la sartén por el mango en cuanto a productos avícolas se refiere, a causa, principalmente, de la falta de preparación de otro tipo de establecimientos alimentarios y de la legislación vigente en los pasados años. Aunque las cosas han cambiado y el pollo puede encontrarse en tiendas de ultramarinos, autoservicios y supermercados —mejor preparados hoy en día para la venta de productos perecederos— persiste una cierta tendencia hacia la *pollería*, dado que muchas amas de casa perciben subconscientemente que este tipo de establecimientos renueva su mercancía con mayor frecuencia que los otros, cuando en realidad ya no sucede así. Por otra parte, el autoservicio o el supermercado tienen la ventaja de reunir en un sólo establecimiento todos los artículos que la mujer precisa para el hogar, por lo que cada vez más se inclina hacia estos establecimientos a la hora de comprar el pollo, provocando la desaparición de la *pollería*.

Si este aspecto del punto de venta del pollo parece evolucionar favorablemente con cierta rapidez, no sucede lo mismo en

lo que respecta al tamaño de la canal que desea el consumidor, evolución ésta bastante más lenta. Todavía hay grandes diferencias en las preferencias regionales del pollo. Mientras en Cataluña y Levante —por citar un ejemplo— se desea un pollo grande —1,6 a 1,8 kilos aproximadamente— en las regiones centrales existe mayor demanda por canales más pequeñas. Y lo mismo sucede con otras regiones. De ello se deducen las dificultades que surgen a la hora del sacrificio y de la comercialización y las consecuencias implícitas de esta caprichosa preferencia de los distintos conjuntos consumidores.

Pese a que se trata de modificar esta circunstancia mentalizando a la mujer hacia canales iguales para todo el país, el proceso, como apuntábamos, es lento.

El color de la piel es otro punto que juega su papel a la hora de tomar la decisión por un pollo u otro. También aquí nos encontramos con diferentes preferencias regionales, pues mientras en unas se estima un pollo fuertemente pigmentado, en otras se prefiere una piel más pálida.

Hasta hace relativamente poco tiempo, el ama de casa no tenía en cuenta la *marca comercial* del pollo. Es decir, las exigencias en este aspecto y en cuanto a tipificación en general del pollo eran nulas. Por lo general, más bien se desconfiaba del pollo con marca. El panorama ha cambiado algo, pues aunque todavía existe gran número de consumidores, generalmente pertenecientes a grupos socioeconómicos bajos que no exigen una determinada marca, puede apreciarse un creciente interés por la marca en estratos sociales más elevados. Esta evolución favorable se ha iniciado gracias a la inversión privada, cuya apreciable contribución debe agradecerse en beneficio de productores y consumidores.

Pollos por los suelos

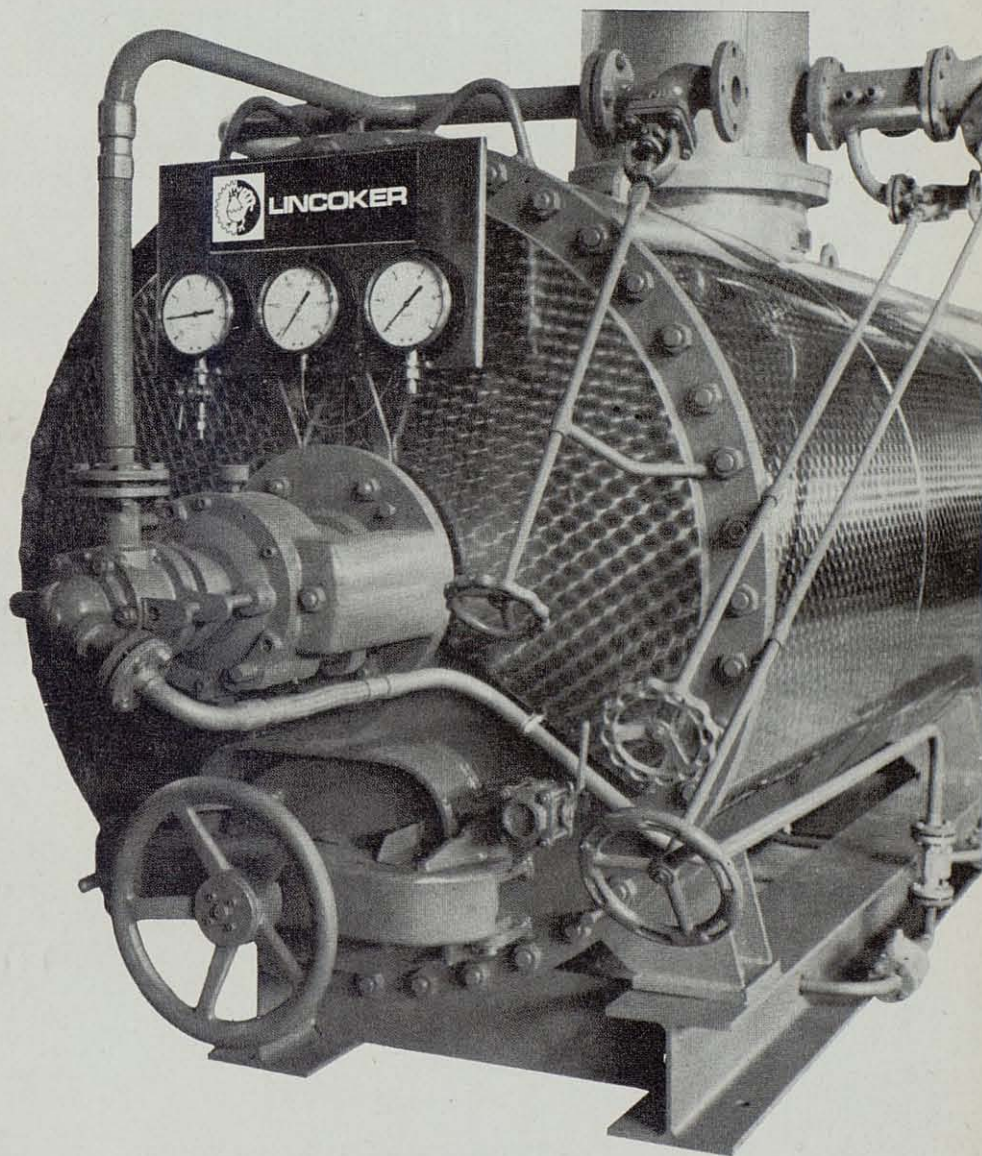
Sin embargo, esta gradual transformación del mercado no viene secundada, en muchísimos casos, por un esmero en la manipulación del pollo, preferentemente en el caso del pollo fresco, que es el de mayor consumo.

El transporte se hace en mal cuidadas condiciones de embalaje y sanidad, usando cajas de madera recuperables, cajas de car-



DERRETIDORES EN SECO

LINCOKER



Aprovechamiento de subproductos orgánicos

* MATADEROS DE AVES * MATADEROS GENERALES
* PLANTAS DE DESTRUCCION MUNICIPALES O PRIVADAS

REPRESENTANTE EXCLUSIVO:

SUMER, LTD.

Lauria, 64-66 — Teléfonos (93) 301 35 20 - (93) 301 36 08 - (93) 301 37 04
Dir. telegráfica: SUMEREX — Telex: 51512 AVEX — BARCELONA-9

VIRGINIAMICINA

SENTIDO COMUN

...porque los resultados de
Virginiamicina
son la consecuencia lógica
de su modo de actuación

MODO DE ACTUACION:

1. FAVORECE la flora intestinal de tipo cooperativo.
2. DISMINUYE la cantidad de metabolitos finales no utilizables (amoníaco, aminos, ácido láctico y ácidos grasos volátiles).
3. FAVORECE la integridad y permeabilidad de la pared intestinal.
4. DISMINUYE la motilidad intestinal.

RESULTADOS:

MEJORA DEL INDICE DE CONVERSION
en un 6-8%

AUMENTA LA VELOCIDAD
de crecimiento un 7-10%

MAS BENEFICIOS PARA SU EXPLOTACION

Virginiamicina

«EL SENTIDO COMUN»

SMITH KLINE & FRENCH, SAE
Av. Generalísimo, 57 - Telef. 4561211
- Madrid-16



Smith Kline



¡RECHACE
ANTIGUOS
RECURSOS!

...que merman su rentabilidad

DECIDASE POR CALOR
ACTUALIZADO Y RENTABLE

HY-LO

CALEFACCION AUTOMATICA POR AIRE

a combustión de gases o gasóleos

ESTA ES LA CALEFACCION IDEAL PARA:

- Criaderos de pollitas en suelo o en batería • Salas de incubación
- Salas de maternidad para ganado porcino • Dependencias para lactancia de terneros, etc.



POR:

- Mantener una temperatura uniforme regulable • Evitar que las aves se amontonen • Conseguir una temperatura ambiental óptima • Aumentar la renovación de aire • Evitar la humedad excesiva • Reducir riesgos de enfermedades • Ahorrar mano de obra • Economizar pienso.

CERCA DE USTED HAY QUIEN TIENE UN

HY-LO

PREGUNTE POR SUS VENTAJAS

HY-LO

Hispania, S.A.

CASA CENTRAL:
Plaza de Castilla, 3, 2.º - Edificio Luminor
Tels. 318 66 16 - 318 64 62 - 317 41 45
BARCELONA-1

¡ Está demostrado!,
el ganado porcino
también necesita calefacción



HY-LO

Aire caliente

aumentará su rentabilidad

HY-LO

Aumentará sus beneficios

POR: Conseguir una temperatura ambiental óptima • Aumentar la renovación de aire • Evitar la humedad excesiva • Reducir riesgos de enfermedades y gastos de medicamentos • Evitar el hacinamiento • Economizar pienso, mejorando los índices de conversión • Ahorrar mano de obra



A COMBUSTION DE GASOLEOS O GASES, ESTA ES LA CALEFACCION IDEAL PARA:

- Salas de maternidad para ganado porcino • Salas de recría en destete precoz • Dependencias para lactancia de terneros • Criaderos de broilers y pollitas en suelo o batería, etc.

HY-LO

Ha sido adoptado tanto por grandes firmas integradoras como por infinidad de ganaderos independientes

¡SOLICITE NUESTRO AMPLIO CATALOGO!

HY-LO

Ibérica SA.

CASA CENTRAL:
Plaza de Castilla, 3, 2.º Edificio Luminor
Tels. 318 66 16 - 318 64 62 - 317 41 45
BARCELONA - 1
DELEGACION EN MADRID:
Codorniz, 4 Tel. 462 50 22

tón no recuperables, cestas de alambre o cajas de plástico de dudosa limpieza posterior.

El cuidado que a todo este material se da es francamente pésimo, no resultando nada extraño encontrar cajas o cestas con pollos en el suelo del almacén de una tienda de ultramarinos, de la misma pollería o en los muelles de descarga de los mercados municipales.

Un elevado porcentaje de los pollos que se consumen no tienen más especificación exterior que la del marchamo del matadero del que proceden, siempre que éste se ponga, lo que en principio debe dar como hecha la inspección veterinaria correspondiente que, en muchos casos, se realiza desde el despacho.

En gran número de casos, el aspecto del pollo fresco al llegar al consumidor corresponde a las peores condiciones de apetencia y atractivo. Son numerosos los casos de pollos con pigmentación diferente de la normal, dentro del mismo establecimiento ven-

dedor, consecuencia de un equivocado proceso anterior. Asimismo, existe abundancia de pollos con pieles rasgadas, con manchas moradas o rojas, con piel quemada —por el proceso de escaldado en el matadero— o con desplumados imperfectos.

Frente a todo ello, se nos ocurre pensar que tal vez la falta de cuidados extremos para el pollo, tanto en el proceso de sacrificio como en el de comercialización, se derive de la propia abundancia y precio del producto, lo que a su vez propicia una degeneración de la mentalidad de quienes intervienen en estos procesos, condicionando un estado de grave inconsciencia ante un producto tan alimenticio como otro cualquiera.

Por otra parte, la ausencia de una educación sanitaria de la población española hace que seamos incapaces de rechazar un pollo imperfecto y que denunciemos esos pollos por los suelos, que caerán en las cazuelas o sartenes de nuestros hogares. El gravísimo peligro de contaminación que corren nues-



El supermercado ofrece gran variedad de presentación del pollo.



Productos avícolas: abundancia de económicas proteínas para el gran consumidor.

tros productos avícolas —y en general todos los alimentos— no preocupa demasiado a nuestro paisanos. Pero esa despreocupación por el problema, que crecerá en los próximos años, puede traernos graves consecuencias en el cercano futuro si no tomamos con seriedad las medidas adecuadas.

Carne abundante y barata para un mundo empobrecido y hambriento

El futuro del pollo a escala mundial es altamente prometedor. El comercio internacional de canales puede incrementarse todavía, pero sólo hasta cierto punto, pues los países subdesarrollados, especialmente los árabes, están comprendiendo que tienen en sus manos la posibilidad de dar de comer a sus habitantes de una forma rápida y económica. De ahí la razón de que cada vez sean más numerosas las construcciones de grandes complejos avícolas dedicados a la producción de pollos.

Tan sólo si tenemos en cuenta que dos terceras partes de la humanidad pasa hambre

comprenderemos la magnitud del futuro del pollo. Los países avícolamente desarrollados —como es el caso del nuestro— podrán ver frenadas sus exportaciones y se verán obligados a remodelar su producción. Pero les cabe todavía el gran recurso de la exportación tecnológica que, teóricamente, ha de ir en aumento en los próximos años. La Administración española y la industria privada del sector no pueden perder esta gran oportunidad.

Veremos también nuevos avances en el campo genético y en el de la alimentación de las aves, que nos han de proporcionar pollos cuyo cebado sea considerablemente más corto que el actual, con menores índices de transformación del pienso en carne.

Todo ello requiere un replanteamiento —al menos en nuestro caso— de los métodos de producción, de preparación de las canales y de comercialización, extremando todas las medidas.

Aunque creemos que ya nos encaminamos a ello, tal vez sea necesario acelerar el proceso.

PREMIO "EUROFAMA 2000"



en la especialidad de Avicultura,
ha sido concedido en razón
a su prestigio, servicio y
calidad de sus productos, a
híbridos americanos, s.a.

Con esta distinción, que es
un importante estímulo en nuestra
trayectoria, se distingue y premia
realmente a nuestros clientes que
confiaron en nuestra ponedora

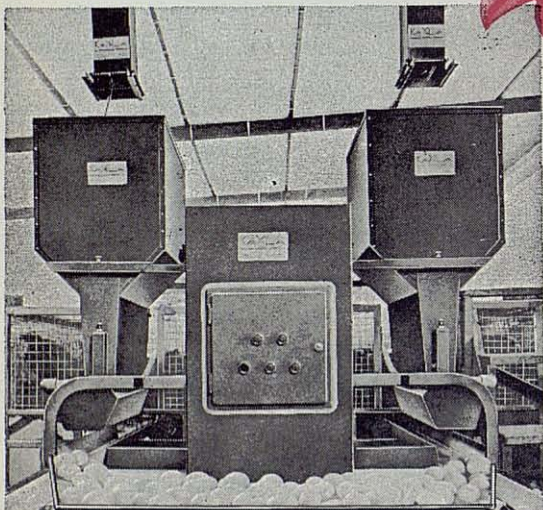
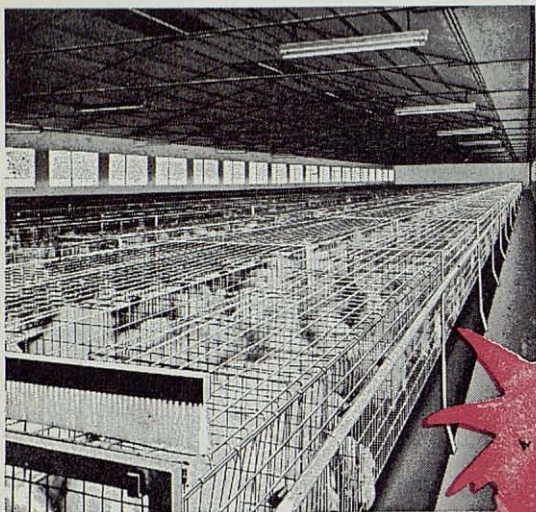
IBERlay



híbridos americanos, s.a.

Apdº 380 * Tel. 2300 00 * VALLADOLID

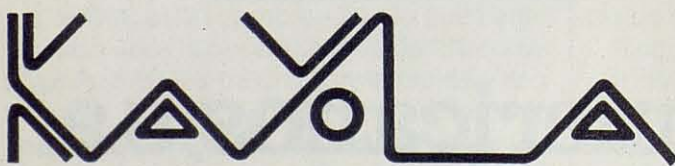
Instalaciones avícolas modernas y racionales



Jaulas de un solo piso, sistema FLAT-DECK,
totalmente automatizadas.

Jaulas de dos pisos, tipo California.

Limpiadores mecanizados para efectuar
limpiezas diarias o periódicas de fosos de
deyecciones.



INDUSTRIAL GANADERA NAVARRA, S. A.

APARTADO 1.217 / TELEFONO 33 01 25 / HUARTE - PAMPLONA